

Guide Graphique

Sommaire

Présentation

Storytelling

Mission & Vision

Logo

Zones de protection

Taille du logo

Déclinaisons

Utilisations des couleurs

Restrictions d'usage

Polices

Police principale

Police secondaire

Police de soutien

Hierarchie typo

Couleurs

Couleurs principales

Couleurs secondaires

Éléments graphiques

Asset icônes

Illustrations

Pattern

Présentation de la marque

La valeur d'une marque réside dans la perception positive qu'elle suscite chez son public cible. Elle englobe les caractéristiques, les avantages et les émotions associés à la marque. La mission d'une marque est sa déclaration fondamentale sur son but et sa raison d'être.

Stratégie de marque

La section "Storytelling" met en lumière l'histoire de la marque. Elle explore les événements clés, les valeurs fondamentales et l'essence même de l'entreprise. Ce récit guide la communication visuelle en créant une connexion émotionnelle avec le public.

Elle définit la mission de l'entreprise, qui incarne sa raison d'être, ainsi que sa vision, représentant ses aspirations à long terme. Ces fondations orientent la communication visuelle en inspirant la création de contenus alignés sur ces objectifs.

Elles servent également de repère pour exprimer visuellement les valeurs et la culture de l'entreprise.



COM1PROJET

Organisation · Pilotage · Acquisition

Histoire de la marque

Créée en 2014, la marque "COM1 Projet", qui vient de la contraction de "Commercialiser un Projet", est née de la réflexion de Sébastien COLMARD.

Après plusieurs expériences dans de grandes sociétés et plus de 15 ans d'expérience (à l'époque) en relation et satisfaction client, Sébastien affûte ses compétences IT, premièrement dans le HARDWARE, pour naturellement avancer sur le périmètre SOFTWARE et Web.

Sa mission à l'époque, accompagner les porteurs de projet, qui sont le plus souvent des experts dans leur domaine d'activité, mais comprennent dans la douleur que la commercialisation d'une offre est un vrai métier et que le lancement d'une offre passe par: " L'étude de marché, le Business Plan, Business Développement, process et méthodologies de l'activité commerciale" ...etc. Que ces sujets nécessitent aussi une expertise solide, surtout pour pérenniser son développement! C'est ainsi que Sébastien a accompagné pendant les 5 premières années des start-up, et à chaque fois sur les secteurs de l'IT et du WEB.

Mission

Les décisions prennent plus de temps.

« En général, quand une entreprise commence à plafonner, ce n'est pas qu'elle travaille mal. Au contraire, souvent tout fonctionne : l'équipe est en place, les clients sont là, les process tournent.

- Ce qui change, c'est la clarté.
- Les priorités se floutent.
- L'énergie se disperse.

Mon rôle principal, ce n'est pas de rajouter des outils ou des couches techniques. C'est de remettre de la direction, du rythme et de la cohérence, ceci afin d'exploiter le plein potentiel de votre entreprise »

Vision

« Les dirigeants que j'accompagne ont un point commun : ils ont construit une PME solide, stable, qui fonctionne.

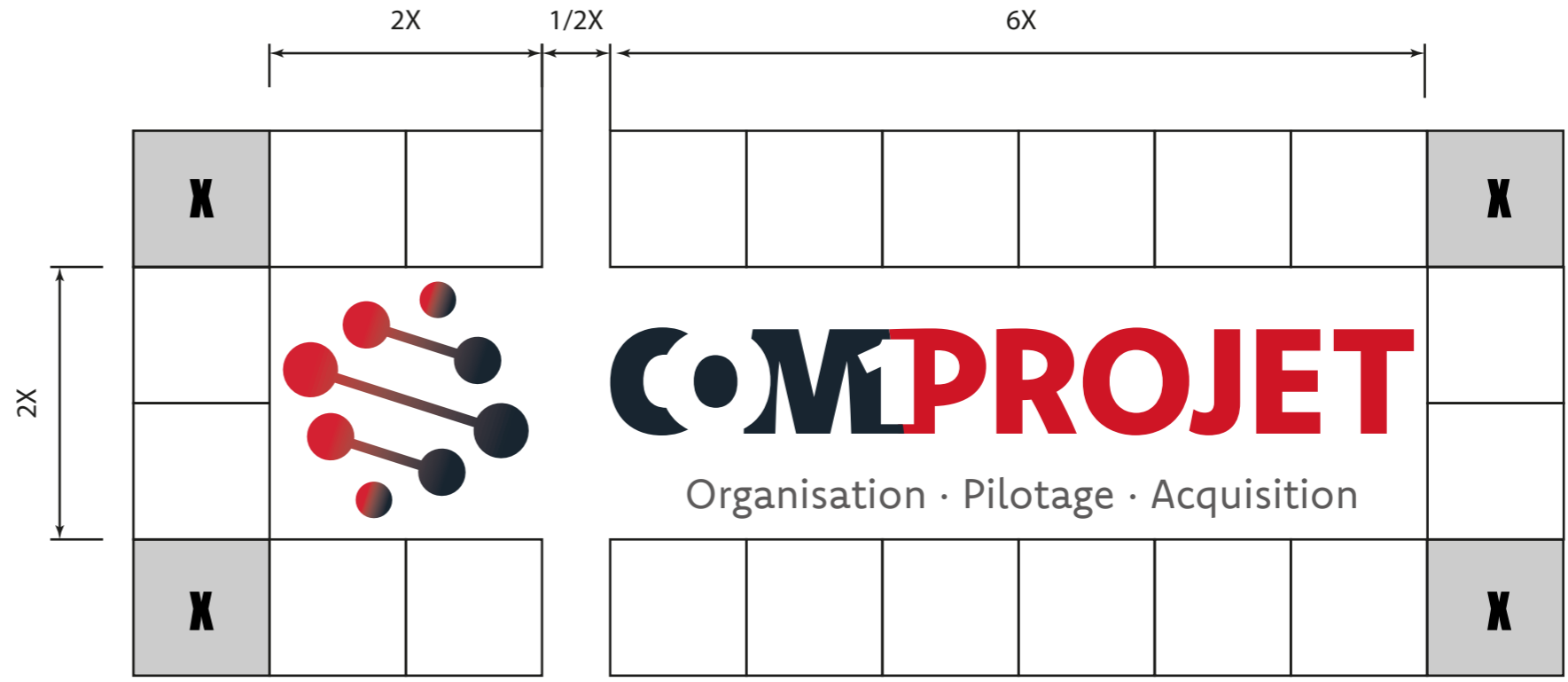
Mais malgré ça, ils sentent que la croissance ne suit plus le rythme. Souvent on pense souvent aux différents rendements, à l'impact des problèmes géopolitiques, économiques et sociétaux ! Mais moins à la direction qui devient moins nette, aux priorités moins visibles, aux décisions qui deviennent plus lourdes, de fait, les journées sont de plus en plus denses et nous avons de moins en moins de temps pour penser "stratégie" !

Logo & déclinaisons

Le logo est le visage de NOM DE LA MARQUE, cette section vous explique comment le mettre en valeur à la perfection. Elle explique où placer le logo, quelle taille il doit avoir et l'espace dont il a besoin pour respirer. Il s'agit d'un guide permettant de s'assurer que votre identité visuelle brille toujours de façon cohérente.

Zones de protection

Les zones de protection sont des espaces clairement définis autour du logo où aucun autre élément graphique ou texte ne peut être placé. Elles garantissent l'intégrité du logo et préservent sa visibilité et sa lisibilité. Les zones de protections sont essentielles pour maintenir la cohérence de l'identité visuelle.



Dimensions du logo

Afin d'assurer une lisibilité optimale du logo, il est impératif de définir une taille minimale à laquelle il devra être présenté. Cette taille a été soigneusement sélectionnée pour maintenir l'intégrité visuelle du logo, assurant ainsi sa reconnaissance et son impact, même dans des contextes où les dimensions peuvent varier. Par conséquent, veuillez vous assurer que le logo soit toujours affiché à la taille minimale spécifiée, et ce, sans aucune exception.



Taille minimum

Print

6,7x1,41 centimètres



Web

172x40 pixels



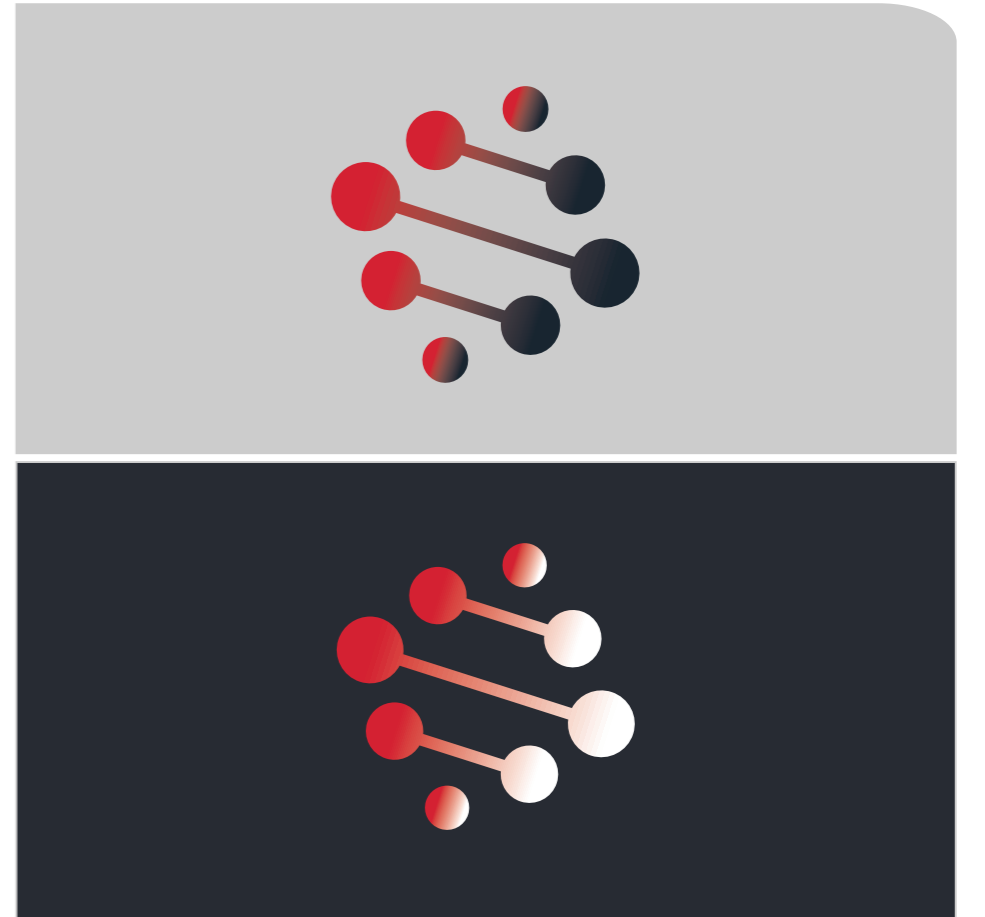
Déclinaisons du logo

Le logo doit être adaptable sur tous les supports, que ce soit pour le web ou pour le print. Cela permet au logo d'être lisible en toute circonstance.



Variation

La variation en logo bannière est une extension dynamique de l'identité visuelle, idéale pour les promotions et événements spéciaux. Elle offre une visibilité accrue tout en maintenant la cohérence de la marque, renforçant ainsi l'engagement du public et la flexibilité de la communication visuelle.

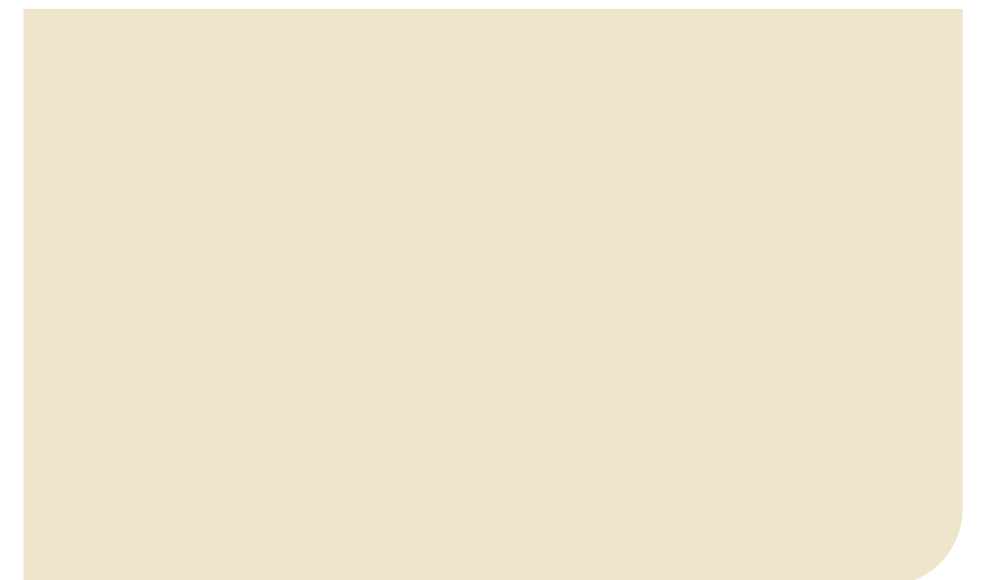
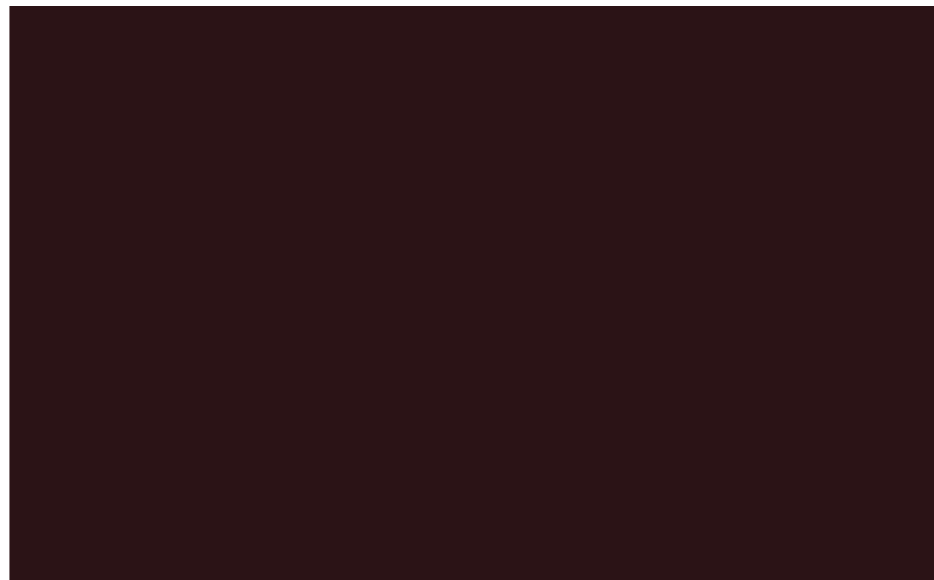


Submark

Le logo submark est une version simplifiée et compacte, idéale pour les espaces restreints ou les supports de petite taille. Il conserve l'essence de la marque tout en offrant une reconnaissance instantanée, renforçant ainsi l'impact de la communication.

Utilisation des couleurs

Cette section détaille les combinaisons de couleurs autorisées pour le logo. Elle garantit une cohérence chromatique qui renforce la mémorabilité et la reconnaissance de la marque.



Restrictions d'usage

En identifiant les contextes et les utilisations à éviter, cette section protège l'intégrité visuelle de la marque. Elle énonce clairement les situations où le logo ne devrait pas être utilisé pour prévenir toute représentation inappropriée.



Polices de caractères

Les lignes directrices des typographies offrent une utilisation cohérente des polices de caractères, des styles, des tailles et des dispositions de texte. Cela permet de s'assurer que le message soit transmis de manière professionnelle grâce à une lisibilité optimale.

Polices d'écriture

Le choix des polices reflète l'âme de ta marque : la principale attire l'attention, la secondaire complète, et la police de soutien assure lisibilité pour une identité forte et impactante.

Aa Bb

Police principale

La police primaire est celle qui représente l'essence de ta marque. Elle est idéale pour les en-têtes et les titres.

KOMET Heavy

Fonte stable et épaisse avec de nombreuses déclinaisons

disponible sur adobe fontes

de extra thin à heavy

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Police secondaire

La police secondaire vient compléter la police principale en apportant équilibre et harmonie. Parfaite pour les sous-titres, elle assure une lecture fluide tout en renforçant l'identité visuelle de ta marque.

KOMET Regular

Fonte stable et fine avec de nombreuses déclinaisons
Parfaite pour la baseline

disponible sur adobe fontes

de extra thin à heavy

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Police de soutien

La police de soutien s'accorde parfaitement avec la police principale et la secondaire, créant une cohérence visuelle. Idéale pour le corps de texte, elle garantit lisibilité et professionnalisme dans l'ensemble de ta communication.

OUTFIT

Fonte stable et plus épaisse

Parfaite pour les contenus à mettre en valeur

disponible sur adobe fontes

de extra light à black

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Hiérarchie Typo

Hiérarchie des tailles de typo avec le nombre d'or :
Cette approche esthétique propose une méthode basée sur le nombre d'or pour déterminer la taille des polices. Cela crée une hiérarchie visuelle naturelle et agréable à l'œil.

Titre
On sélectionne la
taille du titre, ici, ce
sera 52 pt.

Titres d'accroche

Sous-titre
Une fois la taille du
titre sélectionnée, il
suffit de diviser par
1,618, ce qui nous
donne 32 pt.

Sous-titres d'accroche

Sous-titre
Une fois la taille du
titre sélectionnée, il
suffit de diviser par
1,618, ce qui nous
donne 19 pt.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat

Les couleurs

La section des couleurs définit votre marque, jetant ainsi les bases d'une identité visuelle forte et impactante. Les couleurs sont choisies avec soin et reflètent les caractéristiques et les valeurs fondamentales de votre marque. Elles offrent une esthétique visuelle attrayante et communiquent les émotions et les messages de votre entreprise à votre cible.

4 - Les couleurs

Couleurs principales

Les couleurs principales de la charte graphique sont un ensemble de couleurs choisies pour représenter de manière cohérente votre entreprise. Elles renforcent la reconnaissance de la marque et créent une identité visuelle forte. Ces couleurs sont définies avec précision, en utilisant des codes Pantone ou des valeurs RVB/CMJN et hexadécimales

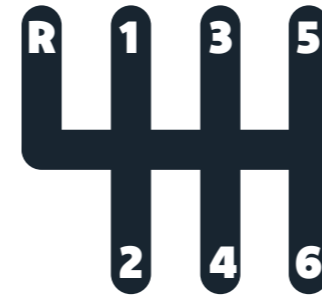


Éléments graphiques

Les éléments graphiques sont des composants visuels spécifiques utilisés pour renforcer l'identité visuelle d'une marque. Cela peut inclure des pictogrammes, des textures, des formes, des cadres, etc.

Asset icônes

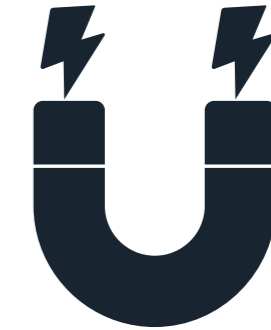
Fournissant des directives claires sur l'utilisation d'icônes spécifiques, cette section garantit une uniformité visuelle dans toutes les applications, renforçant ainsi la communication visuelle.



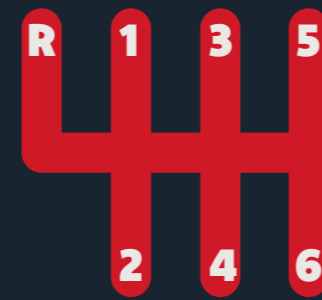
· Pilotage ·



· Organisation ·



· Acquisition ·



· Pilotage ·



· Organisation ·



· Acquisition ·